

개인의 기업가정신과 조직몰입의 관계에서 대내·외 네트워크와 창의적 효능감의 매개효과에 관한 연구[†]

김선왕* · 조대우** · 성을현***

〈요 약〉

본 연구는 기존에 연구된 선행연구를 토대로 기업에 종사하는 개인들이 지닌 기업가정신과 대내·외 네트워크 그리고 창의적 효능감이 조직몰입에 미치는 영향에 대해 알아보았다. 또한 개인의 기업가정신과 조직몰입 간의 관계에서 개인이 사회적 환경에서 구축하는 대내·외 네트워크와 과거의 경험에서 얻을 수 있는 창의적 효능감을 통한 매개효과가 존재할 것이라는 가설을 세우고, 실증연구를 통해 밝히고자 하였다. 분석 자료는 현재 기업에 종사하고 있는 244명으로부터 설문으로 수집되었다.

244명의 각각의 기업에 종사하고 있는 종업원들을 중심으로 이루어진 본 연구의 결과는 다음과 같이 요약된다. 첫째, 개인의 기업가정신과 조직몰입 간에는 정(+)의 영향을 미침으로써 조직에 대한 몰입과 이를 통한 성과를 위해서 기업의 대표자 뿐 아니라 직원들 개개인 역시 기업가정신의 함양이 중요한 것으로 나타났다. 둘째, 기업의 대내·외 네트워크가 개인의 기업가정신과 조직몰입의 관계를 매개함으로써 각 개인이 가진 대내·외 네트워크가 조직 내 개인의 성과에도 영향을 미치는 것으로 드러났다. 셋째, 개인의 기업가정신과 조직몰입 간의 관계에서 창의적 효능감이 매개효과를 보이는 것으로 나타나 개인의 창의성에 대한 자신감 또한 개인의 성과에 중요한 요소로 작용되고 있음을 확인하였다.

특히, 선행연구에서 연구되어 왔던 창의성과 자기효능감의 혼합된 개념인 창의적 효능감이 개인의 기업가정신과 성과 간의 관계를 매개한다는 사실에서 기업은 소속된 개인들에게 성과로 연결될 수 있는 네트워크 뿐 아니라 창의성 향상을 위한 교육이나 프로그램 등을 확충할 필요가 있음을 확인하였다. 결론부분에서는 이에 대한 추가적인 시사점을 제공하였으며, 연구의 한계점과 연구방향에 대해 논의하였다.

핵심주제어: 기업가정신, 개인의 기업가정신, 조직몰입, 대·내외 네트워크, 대외 네트워크, 대내 네트워크, 창의적 효능감, 개인의 성과, 매개효과

논문접수일: 2017년 10월 31일 수정일: 2017년 12월 10일 게재확정일: 2017년 12월 11일

† 이 논문 또는 저서는 2015년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2015S1A3A2046546)

* 충남대학교 경영학부 석사과정(제1저자), ksonk219@gmail.com

** 충남대학교 경영학부 교수(공동저자), dwcho@cnu.ac.kr

*** 충남대학교 경영경제연구소 전임연구교수(교신저자), ehsung@cnu.ac.kr

I. 서론

1. 연구 배경과 목적

현재 세계의 국내외 기업들은 글로벌화(Globalization)의 실현을 위해 힘쓰고 있으며, 이 과정에서 발생하는 치열한 경쟁에서 살아남기 위해 경영혁신역량 증진에 끊임없이 투자를 하고 있는 실정이다. 뿐만 아니라 지난 몇 해 동안 기업들은 세계 시장에 불어 닥친 금융위기를 경험하면서 불확실한 미래에 대비하기 위한 여러 방도를 모색해왔다. 이에 위험감수성과 진취성, 혁신성을 바탕으로 한 기업가정신 또한 21세기에 혁신적 성과의 도출을 위한 중요한 개념으로 급부상하고 있다.

기업가정신의 함양에 대한 필요성은 오래전부터 국가의 경제 성장 및 경쟁력 확보를 위해서도 꾸준히 강조되어왔다(Timmons, 1994; Kim, 2013, 김태근·이건창, 2015). 한 국가의 부의 창출을 위해 단순히 중앙정부의 물적, 인적 자원에 대한 투자만으로 부나 혁신적 성과를 창출하기 어려우며(Baumol, 1990), 창조정신으로 새로운 가치 창출과 활발한 벤처창업 등을 야기시키는 혁신성, 창의성과 위험감수성 등을 아우르는 기업가 정신의 함양이 필요했기 때문이다. 이에 이미 여러 국가들은 기업가정신 함양을 공공정책에 있어 성과를 위한 최우선의 과제로 강조해왔다(Luthje & Franke, 2003; Salimath & Cullen, 2010). 우리나라 역시 취업률의 저조에 따른 창업이나 기업의 경쟁력 제고를 위한 방안으로 고등 교육기관에서 기업가정신 함양을 위한 교육에 힘쓰고 있다.

기업가정신은 꾸준히 연구되어 왔고, 단순히 기업가 정신과 개인적 성과인 조직몰입이나 직무만족, 조직적 성과인 혁신성과 등과의 관계에 대한 연구를(Covin & Slevin, 1991; Barringer,

1995; 장수덕·최석봉, 2013; 이대희·진창현, 2016) 넘어 추가적 매개 또는 조절효과를 가지는 요소들에 대한 연구가 진행되어 왔다. 관련선행연구들을 살펴보면(<표 1> 참조), 다양한 요소들을 기업가정신과 성과와의 관한 많은 연구가 진행되어 왔음을 볼 수 있다. 하지만 기업가정신은 적용 수준을 달리 할 수 있음에도 불구하고, 많은 연구들이 조직적 수준과 개인적 수준을 혼용하여 연구하여 왔으며, 주로 조직적 수준에 맞추어 연구되어져 왔다(한은수 외 공동연구, 2017). 따라서 차원적 수준을 고려하여 개인적 수준에서 기업가정신을 연구할 필요성이 있다 할 것이다.

한편, 최근 새롭게 등장한 기업의 조직적 성과의 도출을 위한 개념으로서 개인의 창의적 효능감이 강조되고 있다. 창의적 효능감은 창의성에 대한 자신감을 나타내는 개념으로 선행연구를 통해 혁신적 성과를 추구하는 기업가정신에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 선행변인으로 확인되어왔다(윤정현·이희용, 2015). 개인·집단·조직 차원의 창의성은 환경적 요인의 영향을 받아 창의적 성과를 도출하게 된다는 Woodman, Sawyer & Griffin(1993)의 조직의 창의성 상호주의 모형 연구에 이르기까지의 선행연구는 결론적으로 창의성과 기업가정신은 혁신적성과를 도출시키며, 특히 창의성에 대한 긍정적 경험과 성과에 따라 느끼게 되는 자심감과 스스로에 대한 평가인 창의적 효능감이 기업가정신과 함께 작용한다면 더욱 큰 시너지 효과(synergy effect)를 낼 수 있을 것이라는 가능성을 도출할 것이라는 추측을 이끌어 낼 수 있다. 하지만 <표 1>과 같이 선행연구를 살펴보면 기업가정신과 밀접한 관계를 맺는 창의적 효능감에 대한 연구가 부족한 실정이다.

또한 선행연구를 통해 사회적 네트워크는 잠재적·실질적 자본으로서 인식되는 주요 요소 중 하나로(Burt, 1997), 기업가정신과 성과 간의

관계에서도 긍정적 영향을 미쳐 성과를 확대하는 요소임을 알 수 있다(조연성·박건영, 2010; 최병준 외 공동연구, 2013; 이재희·조상미, 2015; 박지혜, 2017). 더욱이 네트워크가 뛰어난 사람들은 유대관계를 활용하여 처한 상황을 잘 인식하고, 이에 따른 창의성 발휘에 더욱 효과적이기 때문에 네트워크의 밀도가 높을수록 창의성이 높아진다는 선행연구를(Perry-Smith & Shalley, 2003; Perry-Smith, 2006; 김은실, 2017) 통해 사회적 네트워크는 기업가정신의 하위요소 중 혁신성에 직접적인 영향을 미치고, 창의성과 성과 간의 관계에서 긍정적인 영향을 미쳐 성과를 극대화 할 수 있음을 알 수 있다. 이처럼 사회적 네트워크는 기업가정신과 성과 간의 관계에서 직·간접적으로 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이에 따라 더욱 심도 있는 연구를 위해 사회적 네트워크를 개인의 내부 네트워크와 외부 네트워크로 나누어 연구를 진행해 오고 있다.

결국 개인의 조직성과를 도출하는 과정에서 긍정적 영향을 확대하기 위해서는 기업가정신 뿐 아니라 창의성, 네트워크 등의 요인들이 필요하며, 이들의 시너지 효과(synergy effect)에 대해서도 기대해 볼 수 있음을 추측해 볼 수 있다. 이에 따라 본 연구는 개인적 차원에서 기업가정신과 성과적 변수인 조직몰입 간의 관계에서 개인의 기업가정신과의 결합을 통한 시너지 효과를 발휘할 것으로 예상되는 창의적 효능감과 개인의 사회적 인프라에 해당하는 대·내외 네트워크가 어떠한 영향을 미치는 지 알아보하고자 하였다.

II. 이론적 배경 및 가설의 설정

1. 기업가정신

기업가(Entrepreneur)들은 전 세계에 걸쳐 경

제의 변혁과 쇄신을 불러오는 혁명을 추진하고 있다. 기업가정신이 자유기업체제의 핵심인 이유는 새로운 기업체의 탄생이 시장경제에 생명력을 불어넣기 때문이다(Bygrave & Zacharakis, 2011). 새로운 기업을 창업한다는 것은 경제 시스템 안에서 일반적으로 사람이 이용할 수 있는 하나의 제도적 합의로써 경제에 큰 영향을 미치는 잠재력을 가지고 있다(Shane & Venkataraman, 2000). 특히 경제적 관점에서 창업이라는 기업가정신의 행위적 실천은 이전에 존재하지 않았던 새로운 기업을 창조한다는 점에서 큰 의미를 가지게 된다. 새로운 벤처창업의 경제적 충격은 창업 이전보다 창업 이후에 더 정확히 평가될 수 있다는 측면에서 기업가정신의 실현, 즉, 창업이 주목받고 있는 것이다(Salimath & Cullen, 2010).

이와 같이 기업가정신은 벤처창업과 관련된 특별한 개념으로 많은 연구자들 사이에 지지를 받아왔다. 기업가정신의 정의와 관련된 선행연구들을 정리해 보면 다음과 같다. Vesper(1988)는 새로운 벤처창업을 기업가정신의 특징으로 보았고 Churchill & Muzyka(1994)는 기업창업을 기업가정신의 필요조건이라고 하였다. 같은 맥락에서 Low & MacMillan(1988)은 기업가정신을 '새로운 기업의 창업'으로 정의하면서 기업가정신의 연구목적은 경제를 발전시키는데 있어 창업의 역할을 설명하고 촉진시킬 수 있어야 한다고 보았다. Timmons(1994)는 기업가정신을 '기회에 사로잡혀 전체적인 관점에서 균형 잡힌 리더십을 토대로 사고, 유추, 행동하는 방식'으로 정의한 바 있다. Kuratko(2009)는 '비전, 변화 그리고 창조의 역동적 과정으로 새로운 아이디어, 창의적 해결책의 창조와 실행을 향한 에너지와 열정의 적용이 요구 되는 것'으로 기업가정신을 정의하고 있다(양준환·침희, 2015). 더욱이 Drucker(1970)와 Stevenson & Gumpert(1985)는

공통적으로 기업가정신이 기업을 효과적으로 혁신시키고, 대외적 경쟁력 향상뿐만 아니라 종업원의 사기와 생산성을 높이며, 본질적으로 경영 성과를 증대시킨다고 주장하였다. Covin & Slevin(1989)와 Zahra(1993)에 따르면 기업가정신에 대한 측정요소는 혁신성, 진취성, 위험감수성 등으로 나뉜다. 반면, Todorovic, Todorovic & Ma(2015)은 기업가정신에 대한 일치된 정의의 부재를 주장하였고, 이는 기업가정신의 적용 수준에 대한 문제라고 주장하고 있다. 이 외에도 최근 다양한 분야에 기업가정신이 개인적 성과

에 미치는 영향을 넘어 조직적 현상에도 영향을 미친다는 연구가 진행되고 있으며(Stevenson & Jallio, 1990; Covin & Miles, 1999; Lee & Tsang, 2001; 이형택·채명수, 2007), 기업가정신과 성과변수들 간의 관계에 대한 연구가 주로 이루어지고 있다. 기업가정신은 현 시대가 요구하는 기업가정신을 넘어 기업조직 전체에 기업가정신의 체화상태인 기업가지향성과 기업의 조직적 기업가정신의 함양 상태인 사내 기업가정신 등의 더욱 세분화되고 깊이 있는 연구가 진행되고 있다(한은수 외, 2017).

<표 1> 기업가정신과 성과 변수 간의 관계 분석

연구자	변수들 간 관계	주요 내용
Roure & Maidique(1986)	기업가 정신 - 기업의 재무적 성과	정(+)적 유의
Stuart & Abetti(1987)	기업가 정신 - 기업의 재무적 성과	정(+)적 유의
Covin & Slevin(1991)	기업가 정신 - 조직의 성과	정(+)적 유의
Zahra(1991)	기업가 지향성 - 조직몰입	정(+)적 유의
Chandler & Jansen(1992)	기업가 지향성 - 조직몰입	정(+)적 유의
Barringer(1995)	기업가 정신 - 조직의 성과	정(+)적 유의
오종석·이용탁(1999)	기업가 정신 - 기업의 성과 간 마케팅, 기술혁신 차별화 전략의 매개효과	정(+)적 유의 매개효과 유의
Atuahene-Gima & Ko(2001)	기업가 정신 - 신제품 개발	정(+)적 유의
정준이·권규미·반성식(2007)	기업가 정신 - 기업 성과 간 비영리 조직과의 파트너십의 조절효과	정(+)적 유의, 조절효과 (X)
Teece(2007)	기업가 정신 - 기업의 자원 운용·활용능력	정(+)적 유의
Lee & Sukoco(2007)	기업가 정신·지식경영능력 - 조직 유효성 간 사회적 자본의 조절효과	정(+)적 유의 모든 조절효과 유의
De Clercq & Rius(2007)	기업가 지향성 - 조직몰입	정(+)적 유의
Wang(2008)	기업가 지향성 - 기업성과 간 학습 지향성의 매개효과	정(+)적 유의 매개효과 유의
Yong-Hui, Jing-Wen & Ming-Tien(2009)	기업가 지향성 - 기업 성과 간 지식 생성 과정의 매개효과	정(+)적 유의 매개효과 유의
De Clercq, D Dimov & NT Thongpapanl(2010)	기업가 정신 - 성과 간 절차공정성·신뢰·조직몰입의 조절효과	정(+)적 유의 모든 조절효과 유의
이기화·신용준(2010)	기업가 정신 - 조직몰입 간 자기 효능감의 매개효과	정(+)적 유의 매개효과 유의
조연성·원동환(2010)	기업가정신 하위 요소 중 혁신성과 - 수출성과 간 시장 지향성의 매개효과	정(+)적 유의, 매개효과 유의
Al-Askari(2011)	기업가 정신 - 창조적 혁신	정(+)적 유의
정연웅(2011)	기업가 정신·호텔 조직문화 - 조직몰입	정(+)적 유의

전대열·윤현덕(2011)	기업가 정신 - 기술혁신 성과	정(+)적 유의
장성희·마운주(2011)	기업가 정신 - 사회적 기업의 성과 간 시장지향성의 매개 효과 / 성별의 조절 효과	정(+)적 유의 매개효과 유의 조절효과 유의
조연성(2011)	수출기업 경영자의 기업가정신 - 수출성과 간 고객지향성 / 경쟁자 지향성 매개효과 / 기업의 네트워크의 조절효과	부분적 정(+)적 유의 부분적 매개효과 유의 부분적 조절효과 유의
Al-Swidi & Mahmood(2012)	기업가 지향성·종합적 품질관리 - 조직성과 간 조직적 문화의 조절효과	정(+)적 유의 부분적 조절효과 유의
안관영(2012)	사내 기업가 정신 - 관리혁신 간 비전공유의 조절효과	부분적 정(+)적 유의 부분적 조절효과 유의
강석민·이형탁(2012)	기업가 정신·핵심역량 - 경영성과 간 환경 불확실성의 조절효과	정(+)적 유의, 조절효과 부분적 유의
Messersmith & Wales(2013)	기업가 지향성 - 첨단 기술을 보유한 신생 회사의 매출 성장 간 고성능 작업 시스템·파트너십 철학의 조절효과	부분적 정(+)적 유의, 모든 조절효과 유의
최종열(2015)	기업가 정신 - 기술혁신 성과 간 외부협력·혁신역량의 매개효과	정(+)적 유의, 매개효과 유의
주기중·박병화(2015)	기업가 정신 - 혁신성과 간 기술혁신의 매개효과	정(+)적 유의 매개효과 유의
권창오(2016)	사내 기업가 정신 - 조직성과 간 직무만족·조직몰입의 매개효과	정(+)적 유의 매개효과 유의
박영상·이우진(2016)	조직 기업가 정신 - 조직몰입·직무만족	정(+)적 유의
Trong(2017)	기업가 지향성 - 경쟁 지능 간 조직의 사회적 자본·신뢰·목적 일치의 조절효과	정(+)적 유의 조절효과 유의
이상길·하규수(2017)	기업가 정신 - 업무몰입 간 학습지향성의 조절효과	정(+)적 유의 조절효과 유의
Hormiga, Saá-Pérez, Díaz-Díaz, Ballesteros-Rodríguez & Aguiar-Díaz(2017)	기업가 지향성 - 연구 성과 간 지식 공유의 매개효과	정(+)적 유의 매개효과 유의
Kocak, Carsrud, & Oflazoglu(2017)	기업가 지향성 - 혁신·기업 성과 간 인상·근본적 혁신의 매개효과	정(+)적 유의 매개효과 유의
한은수·정범구·이상빈·성을현(2017)	CEO·종업원·경영층·조직의 기업가 지향성 - 재무성과 간 혁신성과의 매개효과	정(+)적 유의 모든 매개효과 유의

2. 네트워크

Phelps, Heidl & Wadhwa(2012)에 의하면 사회적 자본을 토대로 한 연구에서 사회적 자본은 관계적 차원(relational dimension)과 구조적 차원(structural dimension)으로 나뉜다. 여기서 관계적 차원은 행위자 간의 유대관계를, 구조적 차원은 네트워크에 대해 중점적으로 다루어지고

있다. 또한 구조적 차원에서의 네트워크는 정보 공유의 측면에서 보면, 자원의 적절한 통제와 타인들의 의존성을 증가시킬 수 있어 관계적 차원보다 다양한 정보를 여러 사람들에게 제공하기에 유리하다(김은실, 2017). Burt(1997) 또한 네트워크를 사회적 자본으로 인식하였는데, 이러한 네트워크는 다시 외부 네트워크와 내부 네트워크로 나뉜다. 외부 네트워크는 특히 중소 벤처기

업들이 세계시장에 뛰어들고 지속적 성장을 위해서는 필수적 요소로 꼽히며(한상설·임덕순, 2013), 이는 단일 기업이 획득하기 힘든 여러 유·무형의 부분들을 제공해 줄 수 있는 잠재력을 지니고 있기 때문이다(Street & Cameron, 2007). 이러한 이유로 네트워크를 사회적 자본으로 보고자 하는 연구들이 이루어져왔다(Burt, 1997; Nahapiet & Ghoshal, 1998; Granovetter, 1992; 권영철, 2004). 또한 역동성이 높은 시장일수록 외부 네트워크가 기업성장에 직·간접적인 영향을 미친다는 연구들 또한 진행되어 왔다(Sharir & Lerner, 2006; 조연성·박건영, 2010). 또한 본 연구에서 보고자 하는 기업가정신과도 네트워크 간의 관계가 밀접함을 주장한 연구들도 다양하게 이루어졌다(Stuart, Hoang & Hybels 1999; Bloodgood, 2006; 조연성·박건영, 2010) 이는 기업가정신의 3가지 하위 요소들과 밀접한 관계를 가지기 때문이다(조연성, 2011). 추가적으로 황진수(2017)는 사회적 네트워크와 조직의 성과간의 영향력을 본 연구에서 네트워크가 직무만족과 조직몰입의 성과에 대해 직접적 영향을 미치며, 지식공유의 매개변수를 통한 매개효과 역시 유의한 것으로 나타났다. 선행연구를 통하여 네트워크는 기업의 기업가정신과 조직적 성과에 밀접한 관련이 있음을 알 수 있다.

3. 창의적 효능감

자기효능감은 특정 결과를 달성하기 위해 필요한 행동을 조직하고 및 수행할 수 있는 개인의 능력에 대한 판단이라고 정의된다.(Bandura, 1986; Bandura, 1997; 김민애, 2002). Bandura에 의하면 인간의 행동은 자기 효능감에 의해 발생되며, 자기효능감은 특정 행동을 유도하며 행동

뿐 아니라 학습동기의 강한 원천으로 작용한다(임선아·정윤정, 2013). 또한 자기 효능감이 높으면 사회적으로도 문제가 발생했을 때 회피하기보다 적극적으로 뛰어들어 상황에 대해 적응하는 능력이 뛰어나고 연구되어 왔다(Scheier, Botvin, Diaz & Griffin, 1999).

이러한 개념에 입각하여 볼 때 창의적 효능감은 창조성과 자기 효능감의 합성어로 창의적인 방향에 대한 목표에 도달할 수 있는 자신의 능력에 대한 스스로의 평가라고 정의할 수 있다. Amabile(1996)은 개인적 차원의 창의성은 전문성, 창의적 사고능력 그리고 과업동기부여의 3가지를 구성요소로 가진다고 하였다. 또한 성공적인 창의성의 발현을 위해서는 정서적, 물리적, 정신적 환경 또한 창의성의 구성요소로 고려되어야 한다고 주장하였다(김태균·이건창, 2015).

앞서 언급한 바와 같이 자기 효능감은 목표에 대해 자신의 능력을 스스로 평가하되 자신감과 의욕을 가지고 도전하고자 하는 의식을 이야기 하기 때문에 자기 효능감이 높을수록 더욱 발전적이고 난이도 있는 도전을 시도하고, 그 것에 적응하고 극복하는 상황을 반복적으로 연출함으로써 지속적인 발전을 꾀할 수 있는 특징을 가지고 있는 것이다.

결국 창의적 효능감은 창의적인 방면에서 스스로에 대한 자신감과 평가를 의미한다. 창업을 하고자 하거나, 남들이 시도하지 않은 부분에 대한 도전과 그것에 적응하고 극복하며 결국 성공적으로 이끄는 심리적인 영향을 창의적 효능감이라 한다. 최근 창업에 대한 열기가 뜨거워지면서 창의적 효능감에 대한 관심도 높아지고 있다. 이러한 선행연구를 통해 창조적 효능감은 혁신적 성과를 도출하는 데 있어 기업가정신과 창업에도 관련성이 깊은 개념이라는 것을 알 수 있다.

4. 조직몰입

조직몰입은 조직구성원이 조직에 얼마나 애착심과 헌신하려는 의지가 있는 상태(Steer, 1977)이며, 조직에 대한 긍정적 행동을 유발하는 주요 개념으로 제시되어왔다(이용탁, 2014). 조직몰입에 대한 연구를 살펴보면 조직몰입의 하위요소를 분석하며, 조직몰입에 대한 성격을 분석한 결과(Angle & Perry, 1981), 어떠한 요인들이 조직몰입도에 직접적인 영향을 받는 지에 대한 연구(김진만·전병준, 2011; 최윤자, 2010), 반대로 조직몰입도에 영향을 주는 요소들에 대한 연구(박영효, 2012; 부정민·권순용, 2009; 정금자·이은영, 2010; 조성연·최미숙, 2009; 한유미·김연하, 2010) 등의 방향으로 나뉜다. 또한 정명숙·김광점(2006)에 따르면 조직몰입도가 높은 사람은 목표 지향적이고, 주어진 문제 상황에 대해 조직몰입도가 낮은 사람에 비해 현명하게 대처하며 높은 조직적 성과의 결과를 보인다. 본 연구에서 분석을 통해 확인하려는 자기효능감과 조직몰입의 관계에 대한 연구가 일부 이루어진 상태이지만 자기효능감과 조직몰입의 관계를 확인하기 위해 행해진 설문조사에 대한 분석결과 대부분의 일반 직장인을 대상으로 자기효능감이 조직몰입에 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다(권혁기·박봉규, 2010; 박근수·유태용, 2007; 서연숙·김윤찬, 2007). 일부 간호사를 대상으로 한 연구에서도 자기효능감이 높으면 보다 도전적인 목표를 선호하고, 목표달성을 위해 더 많은 노력을 투자하며(서연숙·김윤찬, 2007), 좋은 결과를 이끌어 낼 자기효능감이 높은 간호사는 직무스트레스를 보다 효과적으로 대처할 수 있고, 조직 내에서 직무만족과 안녕감이 높아져 궁극적으로 조직몰입을 높일 수 있다는 결과를 도출하였다(고유경·강경화, 2006; 서연숙·김

윤찬, 2007; Nielson, K. et al, 2009). 결국 조직몰입은 근로자가 본인이 속한 근무 조직에 대해 감정적으로 애착을 갖고 조직의 목표와 가치를 수용하고, 조직의 요구에 준하는 성과로 목표를 달성하며, 자신의 조직에 대해 타인에게 긍정적인 의견을 보이는 것이라고 볼 수 있다(Mowday, Steers, & Porter, 1979).

5. 변수간의 관계

5.1 조직몰입의 선행요인으로서의 기업가정신, 네트워크, 창의적 효능감의 관계

조직행동 영역에서 조직몰입도는 성과를 대표하는 성과적 변수 중 하나로 많이 사용되어왔다. 조직몰입도는 조직의 성과와 조직시민행동 및 이직의도에 직접적인 영향을 미치는 요인임을 여러 선행연구들을 통해 밝혀졌기 때문이다(강영복·최준호, 2013; 김호균·김정인, 2013; Meyer et al., 2002). 기업가정신의 구성요소 중 혁신성은 조직의 성과에 유의한 영향을 미친다는 연구(Kemelgor, 2002; Zahra & Bogner, 2000; 안영진, 2011)가 이루어 졌으며, 진취성 또한 조직의 성과에 영향을 미친다는 연구(Becherer & Maurer, 1997; Lumpkin & Dess, 2001)들과 마지막 요인인 위험감수성이 조직의 성과에 영향을 미친다는 연구(Begley & Boyd; 1987) 등이 이루어져왔다. 또한 정연웅(2011)은 기업가정신의 하위요소인 혁신성, 진취성, 위험감수성이 각각 조직몰입도에 유의한 영향을 미친다는 가설들이 채택됨을 보여주었으며, 본 연구에서 분석하고자 하는 기업가정신과 조직몰입도의 관계에 대해서도 기업가정신이 조직몰입도에 유의한 영향을 미친다는 사실을 선행연구를 통해 알 수 있다(박정우, 2014). 이러한 선행연구를 통해 기업가정신이 조직몰입에 영향을 미치며, 이는 다

시 조직의 성과에 영향을 미친다는 사실을 알 수 있다.

21세기에 들어 정보의 다양화와 통신의 발달로 네트워크는 중요한 상호작용의 과정으로 알려져 왔다. 이에 대한 정의 또한 약간의 차이를 가지는데, Jones. et al(1997)은 네트워크를 교환 혹은 관계에 있어서 상호작용의 패턴이며, 개인 간 자원의 흐름이라 정의하였고, Seibert, Kraimer & Liden(2001)은 자아에 의해 정의된 집단의 소속된 사람들이나 사회적 행위자들을 연결하는 연결 패턴이라 정의하였다. 이러한 선행연구를 통하여 네트워크는 구성원들 간의 공식적, 비공식적 상호작용이라 볼 수 있다(문성애·이영민, 2009). 또한 네트워크와 성과변수인 조직몰입과의 관계를 연구한 선행연구들이 이루어져왔으며, 문성애·이영민(2009)은 네트워크 활동이 조직몰입과 직무만족에 미치는 영향을 분석하였고 모두 유의한 결과를 도출하였다. 박지철·장석인(2014)은 네트워크 활동에 필수적 요소인 커뮤니케이션을 통한 성과 도출이 유의함을 주장하였다. 또한 방세린·안지영(2017)은 사회적 네트워크가 조직몰입에 영향을 미치며, 기업문화가 이를 조절한다고 주장하였고 이러한 과정은 다시 성과에 영향을 미칠 것이라는 결론을 내렸다. 더욱이 하성욱 외 공동연구(2012)는 내부 네트워크와 외부 네트워크가 정서적 몰입과 계속적 몰입, 규범적 몰입에 미치는 영향에 대해 연구를 실시하였다. 이의 결과로써 내부 네트워크가 정서적 몰입과 계속적 몰입, 규범적 몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 외부 네트워크는 규범적 몰입에만 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

창의적 효능감은 상대적으로 선행연구가 부족한 실정이다. 대부분의 연구가 자기효능감과 성과변수를 분석하거나 창의성과 조직몰입의 관계를 분석하였다. 이들 중 어윤선(2011)은 창의적

행위 등은 발생된 문제들에 대해 새롭고 유용한 아이디어를 도출하여 창의적인 작업 활동이 개인으로 하여금 더욱 조직에 몰입할 수 있으며 결과적으로 성과의 증진으로 이어질 수 있다는 분석을 통해 창의성이 조직몰입에 정(+적 영향을 미친다고 주장하였다. Robbin & Kegley (2010)는 창의적 효능감은 확산적 사고에 긍정적 영향을 미치며, 이는 다시 지속적인 노력으로 인해 적응성과 긍정적 영향을 미친다고 주장하였다(배범수 외 공동연구, 2012). 또한 박권홍(2012)은 창의성향이 직무몰입에 긍정적 영향을 미침을 실증분석을 통하여 증명하였다.

나아가 일부 학자들은 창의적 효능감과 관련이 깊은 창의성은 창의적 아이디어를 기반으로 한 내적 동기부여를 통한 창의적 성과를 이끌어낸다고 주장하였다(Shalley, Gilson & Blum, 2000; Tierney & Farmer, 2002). 이처럼 창의적 효능감과 조직몰입의 연구가 직접적으로 이루어지지 않았지만 간접적으로 각 변수들 간의 관계성을 유추해 볼 수 있다.

이상과 같은 선행연구를 기초로 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

가설1. 기업가정신, 대내외 네트워크, 창의적 효능감이 조직몰입도에 직접적으로 영향을 미칠 것이다

1-1. 기업가정신은 조직몰입도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

1-2. 대외 네트워크는 조직 몰입도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

1-3. 대내 네트워크는 조직 몰입도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

1-4. 창의적 효능감은 조직몰입도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

5.2 네트워크 및 창의적 효능감의 매개효과

Hakansson & Johanson(1993)은 수출 중심의 중소기업에서의 외부 네트워크 활용은 기업가정신을 수출성가에 연결시켜주는 역할을 한다고 주장하였다. 해외 시장에 진출 할 때에 현지상황과 시장의 변화에 대한 정보를 획득하는 데 도움을 줄 수 있기 때문이다. 또한 네트워크의 적극적 참여로 시장 표준화와 적응에 대한 긍정적 효과를 볼 수 있으며(김용학 외 공동연구, 2002), 네트워크에 대해 벤처기업들의 기업가정신의 하위요소들과 기술역량의 보유, 수출성과 및 사회적 목적달성 등의 관계에서 긍정적 영향을 미친다는 연구들도 이루어졌다(박상문 외 공동연구, 2005; 박진아 외 공동연구, 2016). Baron & Markman(2000)은 기업이 주변 지역 기업, 정부 또는 지자체와의 협력을 유지하는 기업가의 네트워크가 기업의 존속과 성장에 영향을 미칠 것이라고 주장하였다. 추가적 국내의 연구에서도 네트워크를 통한 기업의 자원 획득이 더욱 용이할 수 있다는 연구도 실시되었다(정대용·김춘광, 2010). 결국, 개인의 기업가정신의 함양을 통해 성과를 극대화하기 위해서는 네트워크의 매개적 효과가 필요하다고 볼 수 있다.

창의적 효능감은 자기 효능감의 세부적 측면의 요소로서 창의성에서 내적 동기는 직접적으로 중요한 역할을 한다는 연구들이 다양하게 진행되어왔다(Csikszentmihalyi, 1990; Amabile, T. M., 1996; 하대현, 2002; 한순미 외 공동연구, 2005). 자기 효능감의 세부 요소인 창의적 효능감은 창의적이고 혁신적인 방법으로 과업을 성공적으로 추진할 수 있는 개인의 역량과 능력측면에서 전반적인 자신감을 의미하며 주관적 실현가능성의 지각에 영향을 미치는 핵심적인 선행변수로서 입증되었다(Hartsfield, 2003; 양준환·첨희, 2015). 선행연구를 통하여 기업가정신은 조직의 성과를 개선시키며, 조직이 위협을 추구하

고 혁신적이고 진취적으로 행동할수록 성과가 높게 나타나게 된다는 것을 알 수 있으며, 이 과정에서 기업가정신이 직접적으로 조직성과로 이어지기보다는 조직의 구성원의 심리와 행동과의 상호작용 속에서 성과로 이어지는 이론적 토대를 마련할 수 있다(이기화·신용준, 2010).

추가로 창의적 효능감의 상위적 측면인 자기 효능감의 매개효과에 대한 연구 또한 다양한 학문적 방면에서 이루어져왔다. 진로결정 과정에서의 자기효능감이 의사결정을 위한 여러 가지 변수 간의 관계에서 매개효과를 가진다는 연구들이 가장 많이 이루어졌고(Bandura, 1997; Lent, Brown, & Hackett, 2000; 김종운·박성실, 2013; 전미리·김봉환, 2015), 자기 효능감과 적응 관련 변수들 간의 정적인 관계를 증명한 연구들도 다양하게 이루어졌고(Hirose, wada, & Watanabe, 1999; Sandler, 2000; Zajacova, Lynch, & Espenshade, 2005), 기업가정신과 창의성은 서로 유의한 관계에 있으며(이상직·박재춘, 2015), 이러한 창의성이 조직몰입에 영향을 미친다는 선행연구(어윤선, 2011; 박권홍, 2012)도 이루어진 상태로써 해당 변수들 간의 관계성을 유추할 수 있다.

추가적인 선행연구들을 통하여 자기 효능감은 내적 동기에 유의한 영향을 미치며, 내적 동기는 창의성에 영향을 미친다는 것을 알 수 있으며, 이에 대해 Bandura(1995)는 창의적인 성과를 위해서는 긍정적이고, 강한 자기 효능감을 가져야한다고 주장하였다. 포괄적인 틀에서 창의성과 자기 효능감은 밀접한 관계에 있음을 시사하고 있는 것이다. 이러한 밀접한 관계에 입각하여 창조적 효능감은 창의성과 자기 효능감에 근거하고 있다. 창조적 효능감의 가장 큰 특징은 변화를 잘 대처하고 수용할 수 있다는 것이다(Mathisen & Bronnick, 2009). Tierney & Farmer(2002)는 이러한 창의적 효능감은 창의적

인 노력, 어려운 도전에 대한 구성원들이 지속적으로 노력하는 데 필연적인 역할을 한다고 주장하였다. 결국, 다양한 독립변인들의 긍정적인 결과와 성과와의 관계에서 창의성의 원천으로 꼽히는 창조적 효능감(Gong, Y. et al, 2009; Tierney & Farmer, 2002, 2004)은 필연적으로 요구되는 매개역할을 하는 변인으로 가정해 볼 수 있다.

선행연구의 결과에 따라 대내·외 네트워크와 창조적 효능감이 기업가정신과 조직몰입도 간의 관계를 매개할 것이라는 가설을 아래와 같이 설정하였다.

가설2. 기업가정신과 조직몰입 간의 관계에서 대내외네트워크와 창의적 효능감의 매개효과가 존재할 것이다.

2-1. 기업가정신과 조직몰입 간의 관계에서 대외 네트워크는 매개역할을 할 것이다.

2-2. 기업가정신과 조직몰입 간의 관계에서 대내 네트워크는 매개역할을 할 것이다.

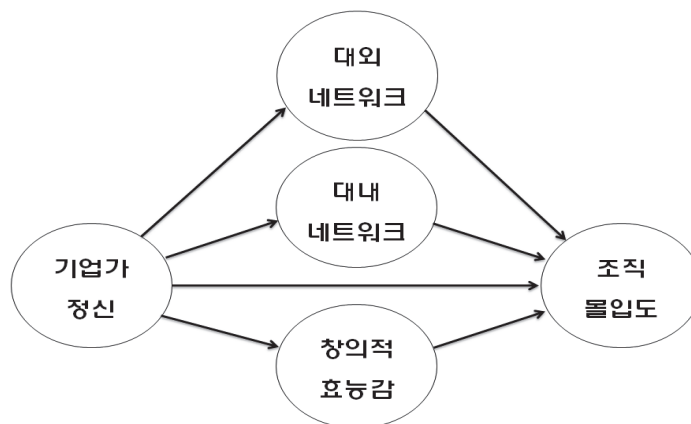
2-3. 기업가정신과 조직몰입 간의 관계에서

창의적 효능감은 매개역할을 할 것이다.

Ⅲ. 연구모형 및 연구방법

1. 연구모형의 설계

본 연구는 기업가정신이 조직 몰입에 영향을 미칠 것이며, 매개변수로서 대내·외 네트워크와 창의적 효능감의 정도에 따라 기업가정신과 조직몰입 간의 관계에 미치는 매개효과를 분석하고자 하였다. 창의적 효능감은 본 연구의 중점적 변수이며, 기존의 연구에서 거의 언급되지 않은 변수로 이론적인 개념 확장을 위해 선정되었다. 개인의 기업가정신의 함양이 조직몰입에 영향을 미칠 수 있다는 가설을 설정함으로써 관련 이론에 대해서 확장하고 있으며, 이들 관계에서 대내·외 네트워크와 창의적 효능감의 매개역할을 확인함으로써 기업가정신과 성과 간의 세부적인 관계를 확인할 수 있도록 하였다. 이를 모형화하면 <그림 1>과 같다.



※ 통제변수: 성별, 연령, 학력, 근무연수, 직급

<그림 1> 연구모형의 설계

2. 표본 및 특성

표본은 제조 기업에 종사하는 300명의 종업원들에게 설문을 요청하여 총 설문지 244부를 회수하였으며, 이를 이용하여 실증분석을 실시하였다.

설문조사는 2017년 8월 7일부터 14일까지 7일간 진행되었고, 변수의 측정은 리커트 5점 척도를 이용하여 인지적으로 측정하였다.

설문조사 대상의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 남성은 전체의 81.7%, 여성은 17.0%를 차지했다. 응답자의 연령은 20대가 12.1%, 30대가 39.3%, 40대가 34.4%, 50대 이상이 14.3%로 분포하고 있다. 근무연수는 1년 미만이 5.4%, 1년 이상 5년 미만이 36.2%, 5년 이상 10년 미만이 16.1%, 10년 이상 20년 미만이 22.3%, 20년 이상이 20.1%를 차지했다. 학력은 대학교 졸업이 49.6%로 가장 많았고, 고졸이 22.8%, 전문대졸이 10.7%, 대학원 졸업 이상이 17%를 보였다. 마지막으로 직급에서는 직원이 42.9%로 가장 많았고, 계약직 3.1%, 계장급 7.1%, 과장급 18.8%, 부장급 12.5%, 이사급 8.0%, 최고경영자가 7.6%의 분포를 보였다.

3. 변수의 측정

3.1 기업가정신

Lumpkin & Dess(1996)의 연구와 Naman & Slevin(1993)의 연구에 근거하면, 기업가정신이란 기업이 목표를 달성하기 위해 행하는 전략과 행동을 구체화한다. 새로운 진입과 관련되어 나타나는 여러 측면과 특히 새로운 시도에 직면했을 때, 기업가정신은 기업가의 경쟁 자세, 험한 사업을 수용하려는 경영진의 성향, 그리고 대담하고 광범위한 행동에 개입하고자 하는 기업의 욕구 등과 관련이 있는 것으로 알려져 왔다(Covin & Slevin, 1989). 이러한 기업가정신을 측정하기

위해 본 연구에서는 기업가정신을 혁신성과 진취성, 위험 감수성으로 분류하고, Colvin & Slevin(1986, 1990)를 부분적으로 발췌하여 수정한 문항들로 본 연구에 맞게 총 11개 문항을 사용하였다. 모든 항목은 Likert 5 척도를 사용하여 측정하였다.

3.2 내부 네트워크

내부 네트워크는 기업 내부의 업무 관련 부서와의 관계성을 의미하는 것으로 Collins and Clark(2003)이 개발하고 Heavey and Simsek(2013) 등이 사용한 설문지를 수정하여 사용하였다. 연구부서, 생산부서, 마케팅부서, A/S부서, 관리부서, 기타부서 등과의 관계를 물었으며, 5개 항목으로 구성하여 Likert 5점 척도에 의해 측정하였다.

3.3 외부 네트워크

외부 네트워크는 기업 외부의 업무 관련 기업 및 기관 등과의 관계성을 의미하는 것으로 Collins and Clark(2003)이 개발하고 Heavey and Simsek(2013) 등이 사용한 설문지를 수정하여 사용하였다. 사외 이사, 공급자, 고객, 경쟁자, 제휴파트너 금융기관, 무역협회, 정부기관, 기타 등 8개 항목으로 구성하여 Likert 5점 척도에 의해 측정하였다.

3.4 창의적 효능감

창의적 효능감은 창의적 경험을 통한 창의성에 대한 자신감으로 이를 측정하기 위해, 김혜숙(1999)의 창의성 진단 측정도구의 개발 관련 문항들 중 일부 변수를 발췌하여 사용하였다. 새로운 아이디어 창출에 대한 능숙성, 창의적 문제해결의 능력의 확신성, 다른 사람의 아이디어를 살리는 재능에 대한 스스로의 평가로 구성된 3개의 문항으로, Likert 5 척도를 사용하여 측정하였다.

3.5 조직몰입도

조직몰입은 개인이 조직에 대해 정서적 애착을 가지고 개인의 목표와 가치를 조직과 동일시하며, 조직 활동에 적극적으로 개입하고자 하는 정도로 정의된다. 본 연구에서는 Mowday et al.(1979)의 OCQ이 개발한 설문을 활용하여 총 8문항으로, Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

었다. 일반적으로 Nunnally & Bernstein(1994)은 신뢰도 계수인 결합신뢰성(composite reliability)의 기준을 0.7로 제시하였으며, 신뢰도 분석 결과 모든 변수들이 평균 0.945로 높게 나타나 신뢰성이 검증되었다.

타당성 검사를 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 2>와 같다. <표 2>에서 나타내는 바와 같이 기업가정신, 조직몰입도, 대외 네트워크, 대내 네트워크, 창의적 효능감의 변수들이 비교적 분명하게 독립적으로 묶여 타당성이 입증되었다. 요인 추출의 기준이 되는 요인적재값(Factor Loading)과 공통성(Communality)은 자료의 손실을 최소화하기 위하여 대략 0.5 이상을 기준으로 적용하였다.

IV. 실증분석의 결과

1. 신뢰성과 타당성 분석

본 연구의 경우 신뢰성 분석은 내적 일관성을 파악하기 위해 Cronbach's alpha 계수를 활용하

<표 2> 탐색적 요인분석

변수	항 목	성분				
		1	2	3	4	5
개인의 기업가 정신	우리 회사에서 나는 R&D를 통한 제품 개발을 강조한다	.757	.114	.173	.245	.027
	우리 회사에서 나는 신제품 출시를 강조한다	.755	.213	.154	.273	-.019
	우리 회사에서 나는 제품 내용에서 큰 변화를 선호한다	.718	.148	.114	.075	.158
	나는 회사의 생산 과정 및 방식을 발전·혁신하는 경향이 강하다	.716	-.001	.205	.242	-.077
	나는 회사에서 경쟁회사와의 경쟁우위를 위해 적극적으로 행동한다	.715	-.040	.072	.186	.197
	우리 회사에서 나는 해당사업에 주도적인 역할을 강조한다	.692	.123	.243	.046	.025
	나는 회사의 경쟁사에 비해 신제품, 신경영기법 등의 먼저 도입을 강조한다	.680	.208	.380	.243	-.100
	나는 회사에서 경쟁사에 비해 예상치 못한 기회를 먼저 잡는 편이다	.646	.082	-.053	-.070	.349
	우리 회사에서 나는 고수익의 위험성 높은 사업을 선호하는 편이다	.605	.331	.220	-.039	.250
	회사의 목표달성을 위해 집진적인 조치보다 전면적인 조치가 필요하다	.592	.169	.211	-.100	.209
우리 회사에서 나는 평소 공격적인 결정을 하는 경향이 강하다	.493	.106	-.031	-.014	.274	
개인의 대외 네트워 크	나는 우리 회사 사외 이사들과 좋은 관계를 유지하고 있다	.080	.840	.211	.117	.077
	나는 우리 회사에 원료를 공급하는 회사 직원들과 관계가 좋다	.124	.839	.211	.056	.101
	나는 우리 회사와 경쟁관계에 있는 회사 직원들과 관계가 좋다	.060	.832	.234	.066	.069
	나는 우리 회사의 협력파트너 회사 직원들과 관계가 좋다	.269	.767	.152	.101	.095
	나는 우리 회사와 거래하고 있는 은행의 담당직원과 관계가 좋다	.216	.741	.128	.337	.040
	나는 회사 관련 지원기관(예, 무역협회, 기업협회 등)의 직원들과 관계가 좋다	.185	.731	.184	.342	.005
	나는 회사와 관련 정부 및 기관(중앙정부, 시정부 등)의 직원들과 관계가 좋다	.113	.719	.254	.236	.094
조직 몰입	우리 회사에서 나의 남은 직장생활을 보낼 수 있다면 행복할 것이다	.060	.173	.784	.293	-.021

	나는 외부 사람들에게 우리 회사에 대해 얘기하는 것이 즐겁다	.204	.087	.779	.149	.122
	나는 실제로 우리 회사 문제가 내 문제인 것처럼 느낀다	.118	.207	.770	.229	-.043
	나는 우리 회사의 진정한 일원이라고 느낀다	.246	.188	.718	.122	.165
	우리 회사는 나에게 개인적으로 중대한 의미를 가지고 있다	.220	.288	.658	-.082	.168
	나에게 이익이 된다 하더라도 이직을 하는 것은 옳지 않다	.214	.297	.639	-.175	.103
	내가 지금 우리 회사를 떠난다면 죄책감을 느낄 것이다	.150	.297	.563	-.182	.374
개인의 대내 네트워 크	나는 우리 회사 R&D부서 직원들과 관계가 좋다	.135	.415	.198	.720	.121
	나는 우리 회사 생산 또는 제조부서 직원들과 관계가 좋다	.195	.225	.009	.703	.137
	나는 우리 회사 마케팅부서 직원들과 관계가 좋다	.059	.507	.163	.631	.197
	나는 지원(경영, 총무, 또는 행정)부서와 관계가 좋다	.325	.097	.076	.520	.371
	나는 구매부서 직원들과 관계가 좋다	.110	.515	.057	.518	.207
창의적 효능감	나는 회사에서 새로운 아이디어를 만들어내는 것에 능숙하다	.142	.053	.133	.275	.748
	나는 회사에서 창의적 문제 해결능력에 대해 확신을 가지고 있다	.337	.188	.199	.223	.669
	나는 회사에서 타인의 아이디어를 발전시키는데 타고난 재주가 있다	.312	.191	.272	.337	.530

2. 변수 간 상관관계 분석

통제변수인 성별, 연령, 학력, 근무연수, 직급 등이 포함된 개인의 기업가정신, 대외 네트워크,

대내 네트워크, 창의적 효능감, 조직몰입 간의 관계를 알아보기 위한 상관분석을 실시하였다. 그 결과 개인의 기업가정신을 포함한 모든 변수들이 관련이 있음을 보여준다.

<표 3> 변수 간 상관관계 분석

변수	성별	연령	학력	근무연수	직급	기업가정신	대외네트워크	대내네트워크	창의적효능감	조직몰입
성별										
연령	-.004	1								
학력	.014	-.271**	1							
근무연수	-.090	.727***	-.322**	1						
직급	-.068	.624***	.006	.541***	1					
기업가정신	-.127	.231***	-.036	.285***	.303***	1				
대외네트워크	-.003	.103	.010	.080	.204**	.417***	1			
대내네트워크	-.022	.041	.077	.087	.153*	.451***	.624***	1		
창의적효능감	-.037	.068	.136*	.100	.278***	.530***	.415***	.518***	1	
조직몰입	.071	.240***	-.080	.262***	.354***	.490***	.534***	.398***	.435***	1

주: N = 224 * : p<0.05 ** : p<0.01 *** : P<0.0011

4. 가설 검증

4.1 기업가정신과 조직몰입도의 관계 검증

<표 3>과 같이 상관분석을 실시한 결과, 기업가정신, 대외 네트워크, 대내 네트워크, 자기 효능감과 조직몰입도 변수 간의 유의한 상관관계가 있음을 확인하였다.

변수 간의 회귀분석을 통하여 개인의 기업가정신이 조직몰입도에 정(+)의 영향을 미치는 지에 대한 인과관계분석을 시도하였다. 또한, 타변수의 영향을 통제하기 위하여 성별, 연령, 학력,

근무연수, 직급의 변수들은 통제변수로 투입하여 회귀분석을 실시하였고 <표 4>는 그에 따른 회귀분석 결과를 나타내고 있다. 이에 따라 개인의 기업가정신과 조직몰입도 간의 정(+)의 관계가 있음을 확인하여 가설 1-1, 1-2, 1-3은 모두 채택되었다. 또한 대내·외 네트워크가 상관계수가 높게 나와 실시한 SPSS를 통한 다중공선성 진단에서도 VIF 값이 1.7, 1.9로 다중공선성에 의한 영향은 크지 않은 것으로 나타났다.

<표 4> 회귀분석 결과(통제변수 : 성별, 연령, 학력, 근무연수, 직급 적용)

변수	조직몰입도
성별	.148**
연령	.148**
학력	-.073
근무연수	.434
직급	.254**
기업가정신	.434***
R2	.294
F값	116.505***

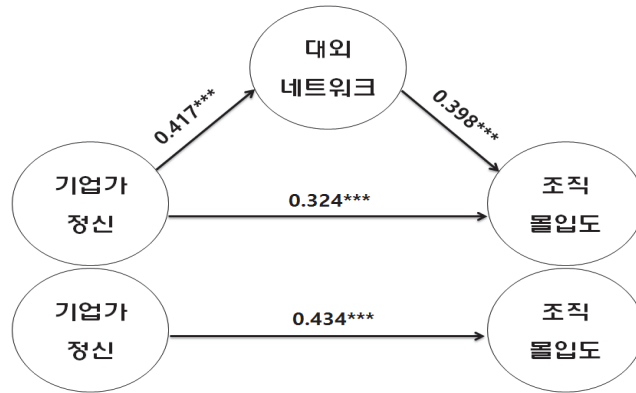
주: * : p<0.1 ** : p<0.05 *** : p<0.001

4.2 기업가정신과 조직몰입도 간의 특정

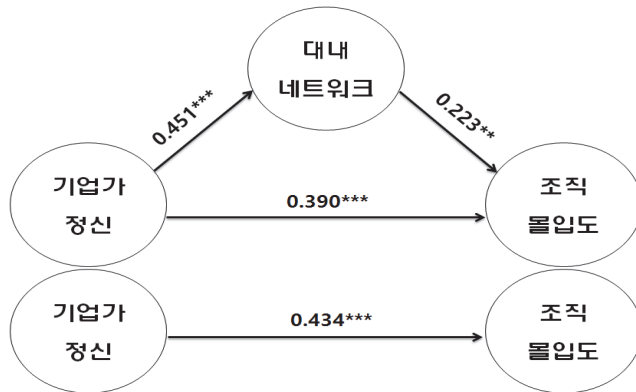
변수들의 매개효과 검증

가설 2를 검증하기 위하여 개인의 기업가정신과 조직몰입도 간의 관계에 미치는 대내·외 네트워크와 창의적 효능감의 매개효과를 분석하였다. 이를 위하여 SPSS 21.0을 이용하여 Baron & Kenny(1986)의 회귀분석을 실시하였다. 매개효과에 대한 검증 방법은 첫째, 독립변수(기업가정신)를 매개변수에 회귀시켰을 때, 독립변수가 매개변수에 유의한 영향을 미쳐야 한다. 둘째, 독립변수(기업가정신)를 종속변수(조직몰입도)에 회귀시켰을 때 독립변수가 종속변수에 대해 유

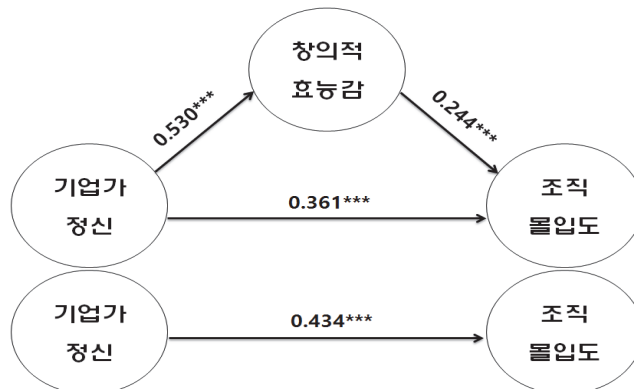
의한 영향을 미쳐야 한다. 마지막으로, 독립변수(기업가정신)와 매개변수(대내·외 네트워크와 창의적 효능감) 양자를 종속변수(조직몰입도)에 회귀시켰을 때 매개변수가 종속변수에 유의한 영향을 미쳐야 한다. 가설 2에 대한 매개효과 분석결과는 <그림 2>, <그림 3>, <그림 4>와 같으며, 가설 2-1, 2-2 그리고 2-3 모두 부분 매개효과를 보이는 것으로 나타나 채택되었다. 따라서 개인의 기업가정신의 함양에 따른 조직 몰입도를 높이는 데 있어 대내·외 네트워크와 창의적 효능감의 정도에 따라 영향을 받는다는 사실을 입증하였다.



<그림 2> 개인의 기업가정신과 조직 몰입도 간 대외 네트워크의 매개역할 분석 결과



<그림 3> 개인의 기업가정신과 조직 몰입도 간 대내 네트워크의 매개역할 분석 결과



<그림 4> 개인의 기업가정신과 조직 몰입도 간 창의적 효능감의 매개역할 분석 결과

다음은 Bootstrapping을 이용하여 간접효과의 유의성을 추가적으로 검증하였다. Baron & Kenny(1986)의 접근법은 매개효과를 직접적으로 검증하지 못하고 일련의 검증 결과를 토대로 추론하기 때문이다(배병렬, 2015). 이에 Baron & Kenny의 접근법에 Sobel test(Sobel, 1982)나 Bootstrapping방법을 추가적으로 사용할 것을 권장하고 있다. 하지만 정규분포를 가정하고 이루어지는 검증이므로 검정력 상의 문제가 제기되

어 Sobel test보다는 Bootstrapping 방법이 더 각광을 받고 있다(이현웅, 2014). 따라서 추가적 매개효과 검증을 위해 <표 5>와 같이, Hayes의 process를 이용한 Bootstrapping을 통해 매개효과의 추가적 검증을 실시하였다. 그 결과 신뢰구간인 Boot LLCI와 Boot ULCI 사이에 '0'이 들어 있지 않은 가설 2-1, 2-2, 2-3 모두 매개효과가 유의확률 0.095(p<0.1)로 유의적으로 나타나 채택되었다.

<표 5> Bootstrapping을 통한 매개효과 검증

경로	Effect	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
개인의 기업가정신 - 대외 네트워크 - 조직몰입도	0.3673	0.0413	0.1173	0.2814
개인의 기업가정신 - 대내 네트워크 - 조직몰입도	0.1137	0.0465	0.0290	0.2076
개인의 기업가정신 - 창의적 효능감 - 조직몰입도	0.1463	0.045	0.0197	0.2738

4.3 가설검증 결과 요약

본 연구에서는 기업가정신이 조직몰입에 미치는 영향을 실증연구를 통해 분석하였다. 종속변수인 조직몰입에 대해 대내·외 네트워크와 창의적 효능감의 매개효과를 검증하였다.

가설 검증 결과, 기업가정신과 대내·외 네트

워크, 창의적 효능감은 조직몰입에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 기업가정신과 조직몰입의 관계에 대한 대내·외 네트워크의 매개효과는 모두 채택되었고, 창의적 효능감의 매개효과 또한 유의한 것으로 나타나 채택되었다.

<표 6> 결과 요약

가설번호	가설 내용	채택여부
1-1	기업가정신은 조직몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다.	채택
1-2	대외 네트워크는 조직몰입도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.	채택
1-3	대내 네트워크는 조직몰입도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.	채택
1-4	창의적 효능감은 조직몰입도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.	채택
2-1	기업가정신과 조직몰입 간의 관계에서 대외 네트워크는 매개역할을 할 것이다.	채택
2-2	기업가정신과 조직몰입 간의 관계에서 대내 네트워크는 매개역할을 할 것이다.	채택
2-3	기업가정신과 조직몰입 간의 관계에서 창의적 효능감은 매개역할을 할 것이다.	채택

V. 결 론

1. 논의

본 연구의 학문적 시사점으로는 개인적 차원의 창업과 조직적 차원의 혁신에 대한 핵심 변수인 개인의 기업가정신에 대한 조직몰입도 간에 밀접한 관계를 확인하였다는 점이다. 또한 대내·외 네트워크와 창의적 효능감은 개인의 기업가정신과 조직몰입도 간의 관계를 매개하는 변수임이 밝혀졌다. 이는 지속적 경험과 학습으로 이루어진 개인의 조직적 인프라로서의 대내·외 네트워크가 혁신성, 진취성, 위험감수성을 아우르는 개념의 기업가정신에 긍정적 영향을 주고, 이에 따른 조직몰입이라는 성과적 차원의 결과를 도출하는데 영향을 미친다는 기존의 선행연구의 보편적 프레임을 증명하는 동시에 국내에서는 생소한 창의적 효능감이라는 변수도 개인의 기업가정신과 관련이 있음을 밝혔다는 점에서 본 연구의 의의가 있다. 이는 21세기를 준비하는 한국이 현재의 사회진출의 어려움과 창업 이후 사업유지가 어려운 환경 등에 대해 실질적인 초점을 맞추어 개인이 갖추어야 할 인프라에 대한 기준을 제시했다는 데 의의가 있다. 또한 개인의 기업가정신을 함양한 사람들은 자신들이 가진 대내·외 네트워크와 창의적 효능감을 높일 수 있게 되고, 이는 다시 조직에 대한 애착심과 헌신을 하려는 의지인 조직 몰입도를 높여준다는 연구 결과에 따라 이를 위한 개인의 지속적인 노력과 학습 그리고 경험 등이 요구된다는 것을 의미한다. 본 연구를 통하여 현재 이슈화되고 있는 기업가정신 함양 및 이에 대한 성공적 성과를 이루기 위한 방향성을 제시한 점은 본 연구의 큰 의의라 할 것이다.

2. 연구의 결론 및 한계점

현재 취업률의 하락에 따른 창업이 새로운 일자리 창출의 방향으로써 제시되고 있으며 이에 따라, 창업에서 가장 중요시 되는 3대 요인인 혁신성, 진취성, 위험감수성을 아우르는 개념의 기업가 정신이 부각되고 있다. 더 나아가 최근에는 이러한 기업가정신의 함양에 따른 성과 도출이 중요한 사안이 되었다. 이러한 사회적 반응에 따라 본 연구는 개인의 기업가정신의 함양과 이에 대한 실질적 성과를 위해서는 조직몰입이 중요하다는 전제 하에 진행되었다. 또 이러한 관계에 대해 개인의 대·내외 네트워크와 창의적 효능감 등의 경험적·학습적 인프라가 이들의 관계에 대해 매개효과를 가질 것이라는 가정 하에 실증분석을 실시하였다. 분석 대상은 현재 기업체에서 근무를 하고 있는 종업원 300명에 대해 설문조사를 실시하였으며, 이 중 온전한 244명에 해당하는 응답설문에 대해 분석을 실시하였다.

연구결과 개인의 기업가정신에 대한 조직몰입도는 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 이들 간의 관계에서 살펴본 개인의 대·내외 네트워크와 창의적 효능감의 매개효과 또한 정(+)적인 영향을 미치는 관계임을 확인할 수 있었다. 이러한 결과를 토대로 본 연구의 의의와 이론 및 실무적 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구를 통해 개인의 기업가정신의 함양이 성과를 극대화하기 위한 방안을 모색하기 위해 개인의 기업가정신과 조직몰입 간의 관계에서 창의적 효능감과 대·내외 네트워크가 미치는 영향을 처음으로 확인하였는데 그 연구의 의의가 있다.

둘째, 본 연구를 통해 제시된 결과는 개인의 기업가정신 함양이 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 결과적으로 개인

의 기업가정신의 함양이 조직몰입을 높여준다는 것을 의미하는 것으로서 창업 외에도 기업의 구성원들에 대한 조직몰입을 향상 시키는데 요구되는 요소임에 대한 타당성을 입증하고 있으며, 실제 현장에서 이러한 기업가정신의 함양이 조직몰입을 통한 성과를 높이는 데 효과적인 것이라 제시하고 있다.

셋째, 대내·외 네트워크와 창의적 효능감이 조직몰입에 직접적인 영향을 미치고 있을 뿐 아니라, 개인의 기업가정신과 조직몰입의 관계에서 매개역할을 하는 것으로 나타났다. 이는 개인의 경험과 학습을 통하여 구축된 대내·외 네트워크나 창의적 효능감 등의 개인 인프라가 조직몰입과 같은 성과에 직접적인 영향을 미치고 있음을 의미하며, 기업은 성과의 극대화를 위해 직원들의 창의적 효능감이나 네트워크 향상을 위한 교육 및 프로그램 확충에 노력해야 한다는 주장을 뒷받침한다. 또한 이러한 결과는 기업가정신과 조직몰입간의 관계에서 기존이론에서 다루지 않은 변수를 추가한 것으로 이론적인 확장이라는 측면에서 의미가 있다 할 것이다.

본 연구의 한계점은 연구대상 표본의 특징에서 찾을 수 있다. 본 연구에서 사용된 기업체에 종사하는 임직원들이 각 기업을 대표할 수 있도록 한 기업당 한 사람의 설문을 진행하였다면 기업가정신의 함양과 성과적 변수들 간의 개인적 측면과 조직적 측면을 한꺼번에 확인할 수 있었을 것이지만 여건 상 개인적 측면만 연구대상으로 한 것은 본 연구의 한계점이라고 생각된다.

결론적으로 본 연구는 현재 개인의 기업가정신 함양이 성과로 연결되는데 직접적 영향을 미치기 때문에 기업가정신의 함양을 시사하며, 각 개인이 가진 인프라가 기업가정신이 성과로 연결되는데 중요한 역할을 함을 분석하여 본 연구의 이러한 결과는 창업뿐 아니라 기업체가 구성

원들을 통한 성과를 극대화하기 위한 합리적 정책 수립 및 활동 계획에 유용하게 사용될 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

1. 강석민·이형탁(2012), “기업가정신과 핵심역량이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 환경 불확실성의 조절효과를 중심으로,” *마케팅논집*, 20(1), 1-16.
2. 강영복·최준호(2013), “종교계 병원의 조직특성과 조직몰입, 조직성과의 영향관계 분석: 대구, 경북지역 가톨릭계 병원을 중심으로,” *한국행정논집*, 25(4), 1095-1118.
3. 고유경·강경화(2006), “일반간호사의 자기효능감, 집단효능감과 직무스트레스에 관한 연구,” *간호행정학회지*, 12(2), 276-286.
4. 권영철(2004), “중소벤처기업의 국제화이론으로서 네트워크우위론의 정립과 검증,” *기업가정신과 벤처연구*, 7(2), 77-104.
5. 권창오(2016), “공기업 구성원의 사내 기업가정신과 활동이 조직성과에 미치는 영향: 직무태도(직무만족, 조직몰입) 매개효과 중심으로,” *국민대학교 글로벌 창업벤처대학원 석사학위논문*.
6. 권혁기·박봉규(2010), “변혁적 리더십과 자기효능감이 직무만족에 미치는 영향,” *인적자원관리연구*, 17(2), 203-218.
7. 김민애(2002), “아동학대예방센터 상담원들의 2차적 외상 스트레스의 대처방법이 자기효능감에 미치는 영향 연구,” *이화여자대학교 사회복지대학원 석사학위논문*.
8. 김용학·한경희·이각범(2002), “벤처기업의 자원동원 네트워크 성과에 관한 연구,” *한국*

- 사회학, 36(4), 89-121.
9. 김은실(2017), “개인간 네트워크 구조와 집단 내 네트워크 구조가 창의성에 미치는 영향,” *인적자원개발연구*, 20(2), 201-228.
 10. 김종운·박성실(2013), “전문대학생의 진로 장벽이 진로준비행동에 미치는 영향에 있어서 진로결정 자기효능감의 매개효과,” *진로교육연구*, 26(3), 123-141.
 11. 김진만·전병준(2011), “조직 및 개인 수준에서 조직몰입과 성과의 관계,” *한국 HRD 연구*, 6, 45-73.
 12. 김태균·이건창(2015), “기업가 정신 함양을 위하여 필요한 개인 창의성 모형에 관한 실증연구,” *벤처창업연구*, 10(4), 13-25.
 13. 김혜숙(1999), “창의성 진단 측정도구의 개발 및 타당화,” *교육심리연구*, 13(4), 269-303.
 14. 김호균·김정인(2013). “미국 NPO 조직에서의 조직공정성, 조직몰입, 조직시민행동간 관계고찰: 교차 수준 분석(cross-level study)을 중심으로,” *한국행정학보*, 47(2), 161-187.
 15. 문성애·이영민(2009), “기업 재직자의 사회적 네트워크 활동이 조직몰입과 직무만족에 미치는 영향,” *인적자원관리연구*, 16(2), 55-67.
 16. 박권홍(2012), “중소기업 근로자의 긍정심리 자원이 창의성과 직무몰입에 미치는 영향,” *기업교육과 인재연구*, 제14권, pp.115-132.
 17. 박근수·유태용(2007), “일몰입의 선행변인 및 결과변인에 관한 연구,” *한국심리학회지 산업 및 조직*, 20(3), 219-251.
 18. 박상문·이병현·이형오(2005), “외부 자원 활용이 중소기업의 기술혁신 성과에 미치는 영향,” *한국전략경영학회 학술대회발표논문집*, 63-83.
 19. 박영상·이우진(2016), “공공조직의 사내기업가정신 인식이 조직유효성에 미치는 영향,” *벤처창업연구*, 11(6), 83-98.
 20. 박영호(2012), “보육교사의 커뮤니케이션 만족이 조직몰입과 혁신적 업무행동에 미치는 영향,” *안양대학교 대학원 박사학위논문*.
 21. 박정우(2014), “조직기업가정신이 기업성과에 미치는 영향: 외식산업 종사자들의 조직몰입 매개효과를 중심으로,” *한국외식산업학회지*, 10(2), 23-33.
 22. 박지철·장석인(2014), “조직커뮤니케이션과 조직시민행동 관계에 대한 연구-변혁적 리더십의 조절효과를 중심으로,” *경영과 정보연구*, 33(3), 189-208.
 23. 박지혜(2017), “초연결시대의 협력: IT 기업간 협력 네트워크와 성과에 관한 연구,” *Information System Review*, 19(2), 21-35.
 24. 박진아·최명길·정재엽(2016), “사회적 기업가정신, 사회적 네트워크, 정부지원이 문화예술분야 사회적 기업의 지속가능성에 미치는 영향,” *상업교육연구*, 30(6), 75-95.
 25. 방세린·안지영(2017), “사회적 네트워크 활동의 조직몰입에 대한 영향: 기업문화의 조절 효과를 중심으로,” *유라시아연구*, 14(1), 177-200.
 26. 배범수·이진규·김학수(2012), “직무 전문성 및 창의적 자기효능감과 개인 적응성과 간의 관계에서 팀 공유멘탈모델의 다수준적 조절역할,” *조직과 인사관리연구*, 36, 1-28.
 27. 배병렬(2015), *조절효과 및 매개효과분석*, 도서출판 청담.
 28. 부정민·권순용(2009), “시설장의 변혁적·거래적 리더십 수준에서 본 보육교사의 임파워먼트, 직무만족도와 조직몰입과의 차이 분석,” *한국가족복지학*, 14(3), 51-74.

29. 서연숙·김윤찬(2007), “간호사의 이직의도와 직무몰입에 미치는 영향요인에 관한 연구,” *경영교육저널*, 12, 151-172.
30. 안관영(2012), “사내 기업가정신이 관리혁신에 미치는 효과 및 비전공유의 조절효과,” *대한안전경영과학회지*, 14(4), 333-339.
31. 안영진(2011), “혁신에 관한 문헌적 고찰,” *서비스경영학회지*, 12(1), 257-277.
32. 양준환·침희(2015), “한·중 대학생들의 기업가정신이 창업의도에 미치는 영향 - 자기효능감의 매개효과를 중심으로,” *국제경영리뷰*, 19(4), 25-53.
33. 어윤선(2011), “외식업체 직원의 감성지능과 창의성, 조직몰입간의 구조적 관계: 조직문화의 조절효과를 중심으로,” 박사학위논문. 세종대학교 대학원.
34. 오종석·이용탁(1999), “벤처기업의 기업가정신과 성과와의 관계,” *대한경영학회지*, 22, 285-307.
35. 윤정현·이희용(2015), “수출중소기업 국제화에 있어 조직의 창의성과 기업가정신의 역할에 관한 실증분석,” *통상정보연구*, 17(2), 285-305.
36. 이기화·신용준(2010), “조선기자재 벤처기업의 CEO와 인적자원관리 특성이 자기효능감과 조직 유효성에 미치는 영향에 관한 연구,” *산업경제연구*, 23(3), 1259-1295.
37. 이대회·진창현(2016), “한국기업의 경영혁신역량과 기업가정신이 기업의 경영성과에 미치는 영향,” *한국기업경영학회지*, 23(3), 127-149.
38. 이상길·하규수(2017), “기업가정신, 정보기술 수용성, 미디어 활용역량이 직장인의 업무몰입에 미치는 영향,” *벤처창업연구*, 12(3), 37-51.
39. 이상직·박재춘(2015), “예비 청년창업자의 개인 창의성, 감성지능, 기업가정신 및 창업의지의 관계,” *한국부패학회보*, 20, 1-22.
40. 이용탁(2014), “사회적기업 조직구성원의 심리적 자본이 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향,” *경영과 정보연구*, 33(1), 1-16.
41. 이재희·조상미(2015), “사회적기업간 네트워크 특성이 조직성과에 미치는 영향,” *한국사회복지행정학*, 17(2), 89-125.
42. 이현웅(2014), “국내외 HRD 연구의 매개효과 분석 방법에 대한 고찰,” *HRD연구*, 16(2), 225-249.
43. 이형택·채명수(2007), “기업가정신, IT 능력, 시장지향성, 기업성과의 관계 - 외국인 투자기업을 대상으로 한 실증연구,” *국제통상연구*, 12(3), 205-229.
44. 임선아·정윤정(2013), “메타분석을 통한 자기효능감이 학업성취에 미치는 효과 검증,” *교육학연구*, 51(3), 83-106.
45. 장성희·마윤주(2011), “기업가정신이 시장지향성 및 사회적 기업의 성과에 영향을 미치는 요인,” *산업경제연구*, 24(5), 2777-2802.
46. 장수덕·최석봉(2013), “중소기업 중간관리자들의 조직내 기업가정신 인식과 혁신적 업무행동 간의 관계,” *인적자원관리연구*, 20(2), 27-54.
47. 전대열·윤현덕(2011), “기술혁신지원제도가 벤처기업의 기업가정신과 기술혁신성과에 미치는 영향에 관한 연구,” *한국창업학회지*, 6(3), 71-98.
48. 전미리·김봉환(2015), “대학생의 진로결정 수준에 대한 성격 5 요인과 인지·행동적 변인의 영향,” *진로교육연구*, 28(4), 41-57.
49. 정금자·이은영(2010), “유아교육기관 교사의 임파워먼트와 직무만족도가 조직헌신도에 미치는 영향,” *한국영유아보육학*, 62,

- 125-146.
50. 정대용·김춘광(2010), “기업가의 사회적 네트워크, 정보·자원 접근, 그리고 기업가적 성과 간의 관계모형에 관한 연구,” *대한경영학회지*, 23(4), 2173-2190.
 51. 정명숙·김광점(2006), “감정노동과 상사의 감성지능이 간호사의 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향,” *병원경영학회지*, 11(4), 1-18.
 52. 정연웅(2011), “호텔조직문화와 기업가 정신이 호텔종사자의 조직몰입에 미치는 영향 연구,” *서비스산업연구*, 8(3), 115-132.
 53. 정준이·권규미·반성식(2007), “기업가정신과 기업성과: 비영리조직과의 파트너십의 조절효과를 중심으로,” *대한경영학회지*, 20(4), 1797-1820.
 54. 조성연·최미숙(2009), “법인보육시설과 민간보육시설 보육교사의 의사결정 참여도와 조직몰입 차이 분석,” *한국영유아보육학*, 56, 169-186.
 55. 조연성·박건영(2010), “기업가 정신과 사회적 활동으로서 NGO 네트워크 구축이 기업 성과에 미치는 영향에 관한 연구,” *현상과 인식*, 34(4), 221-251.
 56. 조연성·원동환(2010), “기업가정신과 시장지향성이 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구,” *무역학회지*, 35(1), 131-154.
 57. 조연성(2011), “성공적인 기업 간 협력을 위한 선행요인 및 몰입과 경영성과의 관계,” *대한경영학회지*, 24(2), 1183-1203.
 58. 주기중·박병화(2015), “기업가 정신이 기술혁신과 혁신성과에 미치는 영향 및 기술혁신의 매개역할,” *경영과 정보연구*, 34(2), 21-37.
 59. 최병준·박동수·정성한·이영기(2013), “벤처기업의 네트워크, 조직역량 및 기업성과,” *대한경영학회지*, 26(12), 3115-3146.
 60. 최윤자(2010), “유아교사의 어려움과 조직몰입이 교사의 효능감에 미치는 영향,” 대구한의대학교 대학원 박사학위논문.
 61. 최종열(2015), “기업가정신, 혁신역량 및 외부협력이 벤처기업의 기술혁신 성과에 미치는 영향,” *벤처창업연구*, 10(5), 219-231.
 62. 하대현(2002), “T. Amabile의 창의성 이론에 근거한 동기와 창의성간의 관계 연구,” *교육학연구*, 40, 111-142.
 63. 하성욱·왕설·차중석(2012), “두 개의 이질적 개인 네트워크: 내부 네트워킹 행위와 외부 네트워킹 행위가 경력만족과 조직몰입에 미치는 영향,” *조직과 인사관리연구*, 36, 125-157.
 64. 한상설·임덕순(2013), “기업가 정신, 해외네트워크, 수출지원 정책이 신속한 글로벌화에 미치는 영향,” *무역학회지*, 38(5), 385-407.
 65. 한순미·김선·박숙희·이경화·성은현(2005), *창의성*, 학지사.
 66. 한유미·김연하(2010), “보육시설의 조직건강과 보육교사의 스트레스 대처양식이 조직 헌신에 미치는 영향,” *한국영유아보육학*, 62, 79-96.
 67. 한은수·정범구·이상빈·성을현(2017), “기업가정신의 적용수준과 기업성과에 관한 연구-기업가지향성을 중심으로,” *경영과 정보연구*, 36(2), 157-185.
 68. 황진수(2017), “사회적 네트워크의 영향력과 지식공유의 매개효과 검증,” *산업경제연구*, 30(2), 461-480.
 69. Al-Askari, A. S.(2011), “The Impact of Entrepreneurship and Innovation on Developing the Marketing Strategy in Business Organizations - An Analytical

- Study,” *Journal of Business and Retail Management Research*, 5(2), 105-118.
70. Al-Swidi, A. K. and Mahmood, R.(2012), “Total Quality Management, Entrepreneurial Orientation and Organizational Performance: The Role of Organizational Culture,” *African Journal of Business Management*, 6(13), 4717-4727.
71. Amabile, T. M.(1996), *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*, Westview press.
72. Angle, H. L., and Perry, J. L.(1981), “An Empirical Assessment of Organizational Commitment and Organizational Effectiveness,” *Administrative Science Quarterly*, 26(1), 1-14.
73. Atuahene-Gima, K., & Ko, A.(2001), “An Empirical Investigation of the Effect of Market Orientation and Entrepreneurship Orientation Alignment on Product Innovation,” *Organization Science*, 12(1), 54-74.
74. Bandura, A.(1986), *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*, Prentice-Hall: New Jersey.
75. Bandura, A.(1995), *Self-Efficacy in Changing Societies*, Cambridge university press.
76. Bandura, A.(1997), *Self-Efficacy: The Exercise of Control*, Macmillan.
77. Baron, R. M. and Kenny, D. A.(1986), “The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual Strategic, and Statistical Consideration,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
78. Baron, R. A. and Markman, G. D.(2000), “Beyond Social Capital: How Social Skills Can Enhance Entrepreneurs’ Success,” *The Academy of Management Executive*, 14(1), 106-116.
79. Barringer, B. R.(1995), “The Performance Implications of Achieving a Fit between Corporate Entrepreneurship and Strategic Management Practices,” Unpublished Doctoral Dissertation, Missouri-Columbia University.
80. Baumol, W. J.(1990), “Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive,” *Journal of political economy*, 98(5), Part 1, 893-921.
81. Becherer, R. C., and Maurer, J. G.(1997), “The Moderating Effect of Environmental Variables on the Entrepreneurial and Marketing Orientation of Entrepreneur-led Firms,” *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 22(1), 47-59.
82. Begley, T. M., and Boyd, D. P.(1987), “Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Smaller Businesses,” *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79-93.
83. Bloodgood, J. M.(2006), “Venture Adolescence: Internationalization and Performance Implications of Maturation,” *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 12(2), 67-85.
84. Burt, R. S.(1997), “A Note on Social Capital and Network Content,” *Social networks*, 9(4), 355-373.
85. Bygrave, W. and Zacharakis, A.(2011),

- Entrepreneurship*, 2nd Ed., WILEY.
86. Chandler, G. N. & Jansen, E.(1992), "The Founder's Self-Assessed Competence and Venture Performance," *Journal of Business Venturing*, 7(3), 223-236.
 87. Churchill, N. C. and Muzyka, D. F.(1994), *Defining and Conceptualizing Entrepreneurship, Marketing and Entrepreneurship: Research Ideas and Opportunities*, Quorum Books, Westport, CT.
 88. Collins, C. J., and K. D. Clark.(2003), "Strategic Human Resource Practices, Top Management Team Social Networks, and Firm Performance: The Role of Human Resource Practices in Creating Organizational Competitive Advantage," *Academy of Management Journal*, 46(6), 740-51.
 89. Covin, J. G., & Slevin, D. P.(1986), "The Development and Testing of an Organizational-Level Entrepreneurship Scale," *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1(3), 628-639.
 90. Covin, J. G. and Slevin, D. P.(1989), "Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments," *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.
 91. Covin, J. G., & Slevin, D. P.(1990), "New Venture Strategic Posture, Structure, and Performance: An Industry Life Cycle Analysis," *Journal of Business Venturing*, 5(2), 123-135.
 92. Covin, J. G. and Slevin, D. P.(1991), "A Conceptual Model of Entrepreneurship As Firm Behavior," *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management*, 3, 5-28.
 93. Covin, J. G. and Miles, M. P. (1999), "Corporate Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage. Entrepreneurship," *Theory and Practice*, 23(3), 47-47.
 94. Csikszentmihalyi, M.(1990), *The domain of creativity*, Sage: CA.
 95. De Clercq, D., and Rius, I. B.(2007), "Organizational Commitment in Mexican Small and MediumSized Firms: The Role of Work Status, Organizational Climate, and Entrepreneurial Orientation," *Journal of Small Business Management*, 45(4), 467-490.
 96. De Clercq, D., Dimov, D. and Thongpapanl, N. T.(2010), "The Moderating Impact of Internal Social Exchange Processes on the Entrepreneurial Orientation-Performance Relationship," *Journal of Business Venturing*, 25(1), 87-103.
 97. Drucker, P.(1970), "Entrepreneurship in business enterprise," *Journal of business Policy*, 1(1), 3-12.
 98. Gong, Y., Huang, J. C. and Farh, J. L.(2009), "Employee Learning Orientation, Transformational Leadership, and Employee Creativity: The Mediating Role of Employee Creative Self-Efficacy," *Academy of Management Journal*, 52(4), 765-778.
 99. Granovetter, M.(1992), "Problems of Explanation in Economic Sociology,"

- Networks and Organizations: Structure, Form, and Action*, 25, 56.
100. Hakansson, H. and Johanson, J.(1993), *The Network As a Governance Structure: Interfirm Cooperation beyond Markets and Hierarchies*, Routledge: London.
 101. Hartsfield, M.(2003), *The Spirit of Transformational Leadership: Emotions or Cognition. Unpublished Manuscript*, Regent University, School of Leadership Studies.
 102. Heavey, C. and Simsek, Z.(2013), "Top Management Compositional Effects on Corporate Entrepreneurship: The Moderating Role of Perceived Technological Uncertainty," *Journal of Product Innovation Management*, 30(5), 837-855.
 103. Hirose, E. I., Wada, S. and Watanabe, H.(1999), "Effects of Self Efficacy on Adjustment to College," *Japanese Psychological Research*, 41(3), 163-172.
 104. Hormiga, E., de Saá-Pérez, P., Díaz-Díaz, N. L., Ballesteros-Rodríguez, J. L. and Aguiar-Díaz, I.(2017), "The Influence of Entrepreneurial Orientation on the Performance of Academic Research Groups: The Mediating Role of Knowledge Sharing," *The Journal of Technology Transfer*, 42(1), 10-32.
 105. Jones, C., Hesterly, W. S. and Borgatti, S. P.(1997), "A General Theory of Network Governance: Exchange Conditions and Social Mechanisms," *Academy of Management Review*, 22(4), 911-945.
 106. Kemelgor, B. H.(2002), "A Comparative Analysis of Corporate Entrepreneurial Orientation between Selected Firms in the Netherlands and the USA," *Entrepreneurship and Regional Development*, 14(1), 67-87.
 107. Kim, H.(2013), "The Impact of Innovation Capabilities and Supply Chain External Integration on Performance," *The Journal of Digital Policy and Management*, 11(8), 175-182.
 108. Kocak, A., Carsrud, A. and Oflazoglu, S.(2017), "Market, Entrepreneurial, and Technology Orientations: Impact on Innovation and Firm Performance," *Management Decision*, 55(2), 248-270.
 109. Kuratko, D. F.(2009), "The Entrepreneurial Imperative of the 21st Century," *Business Horizons*, 52(5), 421-428.
 110. Lee, D. Y. and Tsang, E. W.(2001), "The Effects of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture Growth," *Journal of Management Studies*, 38(4), 583-602.
 111. Lee, L. T. S., and Sukoco, B. M.(2007), "The Effects of Entrepreneurial Orientation and Knowledge Management Capability on Organizational Effectiveness in Taiwan: The Moderating Role of Social Capital," *International Journal of Management*, 24(3), 549.
 112. Lent, R. W., Brown, S. D. and Hackett, G.(2000), "Contextual Supports and

- Barriers to Career Choice: A Social Cognitive Analysis,” *Journal of Counseling Psychology*, 47(1), 36-49.
113. Li, Y. H., Huang, J. W., & Tsai, M. T.(2009), “Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role of Knowledge Creation Process,” *Industrial Marketing Management*, 38(4), 440-449.
114. Low, M. B. and McMillan, I. C.(1988), “Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges,” *Journal of Management*, 14(2), 139-161.
115. Lumpkin, G. T., & Dess, G. G.(1996), “Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance,” *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
116. Lumpkin, G. T., and Dess, G. G.(2001), “Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle,” *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451.
117. Lüthje, C., & Franke, N.(2003), “The ‘Making’ of an Entrepreneur: Testing a Model of Entrepreneurial Intent among Engineering Students at MIT,” *R&D Management*, 33(2), 135-147.
118. Mathisen, G. E. and Bronnick, K. S.(2009), “Creative Self-Efficacy: An Intervention Study,” *International Journal of Educational Research*, 48(1), 21-29.
119. Mowday, R. T., Steers, R. M., and Porter, L. W.(1979), “The Measurement of Organizational Commitment,” *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224-227.
120. Messersmith, J. G. and Wales, W. J.(2013), “Entrepreneurial Orientation and Performance in Young Firms: The Role of Human Resource Management,” *International Small Business Journal*, 31(2), 115-136.
121. Meyer, J.P., Stanley, D.J., Herscovitch, L., and Topolnytsky, L.(2002). “Affective, Continuance, and Normative Commitments to the Organizations: A Meta-Analysis of Antecedents, Correlates, and Consequences,” *Journal of Vocational Behavior*, 61(1), 20-52.
122. Nahapiet, J. and Ghoshal, S.(1998), “Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage,” *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
123. Naman, J. L., & Slevin, D. P.(1993), “Entrepreneurship and the Concept of Fit: A Model and Empirical Tests,” *Strategic Management Journal*, 14(2), 137-153.
124. Nielsen, K., Yarker, J., Randall, R. and Munir, F.(2009), “The Mediating Effects of Team and Self-Efficacy on the Relationship between Transformational Leadership, and Job Satisfaction and Psychological Well-Being in Healthcare Professionals: A Cross-Sectional Questionnaire Survey,” *International Journal of Nursing Studies*, 46(8), 1236-1244.
125. Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H.(1994), “The Assessment of Reliability,”

- Psychometric Theory*, 3(1), 248-292.
126. Perry-Smith, J. E., and Shalley, C. E.(2003), "The Social Side of Creativity: A Static and Dynamic Social Network Perspective," *Academy of Management Review*, 28(1), 89-106.
 127. Perry-Smith, J. E.(2006), "Social Yet Creative: The Role of Social Relationships in Facilitating Individual Creativity," *Academy of Management Journal*, 49(1), 85-101.
 128. Phelps, C., Heidl, R. and Wadhwa, A.(2012), "Knowledge, Networks, and Knowledge Networks: A Review and Research Agenda," *Journal of Management*, 38(4), 1115-1166.
 129. Robbins, T. L. and Kegley, K.(2010), "Playing with Thinkertoys to Build Creative Abilities through Online Instruction," *Thinking Skills and Creativity*, 5(1), 40-48.
 130. Roure, J. B. & Maidique, M. A.(1986), "Linking Prefunding Factors and High-Technology Venture Success: An Exploratory Study," *Journal of Business Venturing*, 1(3), 295-306.
 131. Salimath, M. S. and Cullen, J. B.(2010), "Formal and Informal Institutional Effects on Entrepreneurship: A Synthesis of Nation-level Research," *International Journal of Organizational Analysis*, 8(3), 358-385.
 132. Sandler, M. E.(2000), "Career Decision-Making Self-Efficacy, Perceived Stress, and an Integrated Model of Student Persistence: A Structural Model of Finances, Attitudes, Behavior, and Career Development," *Research in Higher Education*, 41(5), 537-580.
 133. Scheier, L. M., Botvin, G. J., Diaz, T., and Griffin, K. W.(1999), "Social Skills, Competence, and Drug Refusal Efficacy As Predictors of Adolescent Alcohol Use," *Journal Drug Education*, 29(3), 251-279.
 134. Seibert, S. E., Kraimer, M. L. and Liden, R. C.(2001), "A Social Capital Theory of Career Success," *Academy of Management Journal*, 44(2), 219-237.
 135. Shalley, C. E., Gilson, L. L. and Blum, T. C.(2000), "Matching Creativity Requirements and the Work Environment: Effects on Satisfaction and Intentions to Leave," *Academy of Management Journal*, 43(2), 215-223.
 136. Shane, S., & Venkataraman, S.(2000), "The Promise of Entrepreneurship As a Field of Research," *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
 137. Sharir, M., and Lerner, M.(2006), "Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs," *Journal of World Business*, 41(1), 6-20.
 138. Sobel, M. E.(1982), "Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models. In S. Leinhardt (Ed)," *Sociological methodology*, 290-312.
 139. Steer, R. M.(1977), "Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment," *Administrative Science*

- Quarterly*, 22, 46-56.
140. Stevenson, H., & Gumpert, D.(1985), "The Heart of Entrepreneurship," *Harvard Business Review*, 63(2), 85-94.
 141. Stevenson, H. H. & Jarillo, J. C.(1990), "A Paradigm of Entrepreneurship Research: Entrepreneurial Management," *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.
 142. Street, C. T., and Cameron, A. F.(2007), "External Relationships and the Small Business: A Review of Small Business Alliance and Network Research," *Journal of Small Business Management*, 45(2), 239-266.
 143. Stuart, R. & Abetti, P. A.(1987), "Start-up Ventures: Towards the Prediction of Initial Success," *Journal of Business Venturing*, 2(3), 215-230.
 144. Stuart, T. E., Hoang, H., and Hybels, R. C.(1999), "Interorganizational Endorsements and the Performance of Entrepreneurial Ventures," *Administrative Science Quarterly*, 44(2), 315-349.
 145. Teece, D. J.(2007), "Explicating Dynamic Capabilities: the Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance," *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350.
 146. Timmons, J.(1994), *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, 4th Ed., McGraw-Hill: Boston.
 147. Tierney, P. and Farmer, S. M.(2002), "Creative Self-Efficacy: Its Potential Antecedents and Relationship to Creative Performance," *Academy of Management Journal*, 45(6), 1137-1148.
 148. Tierney, P. and Farmer, S. M.(2004), "The Pygmalion Process and Employee Creativity," *Journal of Management*, 30(3), 413-432.
 149. Todorovic, Z. W., Todorovic, D. and Ma, J.(2015), "Corporate Entrepreneurship and Entrepreneurial Orientation in Corporate Environment: A Discussion," *Academy of Entrepreneurship Journal*, 21(1), 83-93.
 150. Trong Tuan, L.(2017), "Organizational Social Capital As a Moderator for the Effect of Entrepreneurial Orientation on Competitive Intelligence," *Journal of Strategic Marketing*, 25(4), 301-315.
 151. Vesper, K. H.(1988), "Entrepreneurial Academics-How Can We Tell When the Field Is Getting Somewhere?," *Journal of Business Venturing*, 3(1), 1-10.
 152. Wang, C. L.(2008), "Entrepreneurial Orientation, Learning Orientation, and Firm Performance." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 635-657.
 153. Woodman, R. W., Sawyer, J. E., and Griffin, R. W(1993), "Toward a Theory of Organizational Creativity," *Academy of Management Review*, 18(2), 293-321.
 154. Zahra, S. A.(1991), "Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study," *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259-285.
 155. Zahra, S. A.(1993), "A Conceptual Model of Entrepreneurship As Firm Behavior: A Critique and Extension," *Entrepreneurship: Theory and Practice*,

- 14(4), 5-22.
156. Zahra, S. A. and Bogner, W. C.(2000), "Technology Strategy and Software New Ventures' Performance: Exploring the Moderating Effect of the Competitive Environment," *Journal of Business Venturing*, 15(2), 135-173.
157. Zajacova, A., Lynch, S. M., and Espenshade, T. J.(2005), "Self-Efficacy, Stress, and Academic Success in College," *Research in Higher Education*, 46(6), 677-706.

Abstract

A study on mediating effect of internal and external networks and creative efficacy in the relationship of individual entrepreneurship and organizational commitment[†]

Kim, Sun-Wang* · Cho, Dae-Woo** · Sung, Eul-Hyun***

This study looks into individual entrepreneurship engaged in an enterprise; the effect of creative efficacy and internal and external networks on organizational commitment based on the previous studies. The hypothesis, the internal and external networks constructed in social context by individuals in the relationship between individual entrepreneurship and organizational commitment; and mediating effect through creative efficacy obtained by the previous experience can be in existence, is to be confirmed through an empirical study. The analysis data is collected from 244 of currently working employees via a survey.

The determination of employee-oriented study is summarized as follows: first, the promotion of employee's individual entrepreneurship is significant as well as of the leader for the result of organizational commitment, because there are positive effects between the individual entrepreneurship and organizational commitment. Second, the internal and external networks owned by individuals affect one's own outcome as the internal and external networks of enterprise mediate the relationship between individual entrepreneurship and organizational commitment. Third, it is confirmed that the confidence in individual creativity is an essential factor as creative efficacy exhibits a mediating effect in relationship between individual entrepreneurship and organizational commitment.

Particularly, it is verified that an enterprise is in need to expand education or programs not only for networks leading to an outcome but also for creativity improvement of affiliated individuals from the fact that creative efficacy, a hybridized concept of creativity and self-efficacy studied in the previous research, mediates the relationship between individual entrepreneurship and an outcome. In the conclusion, additional implications are offered; the thresholds and frameworks for the study are discussed.

Key Words: Entrepreneurship, Individual entrepreneurship, Organizational commitment, Internal and External networks, Internal network, External network, Creative efficacy, Individual performance, Mediating effect

[†] This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea(NRF-2015S1A3A2046546)

* Master's course in Business, Chungnam National University(First Author), ksonk219@gmail.com

** Professor, International Business and Finance, Chungnam National University(Co-Author), dwcho@cnu.ac.kr

*** Research professor, MERI, Chungnam National University(Corresponding Author), ehsung@cnu.ac.kr